

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan pengolahan data pada Bab IV yang dilakukan mengenai *Experiential Marketing* terhadap Loyalitas Konsumen, maka kesimpulan yang dapat ditarik dari hasil penelitian ini adalah:

1. *Experiential Marketing* pada Old Coffee Soreang Kabupaten Bandung termasuk ke dalam kategori baik dengan total skor 5,786. Terdapat beberapa indikator yang dikategorikan baik dan mendapat persentase tertinggi dari konsumen setelah datang ke Old Coffee, yaitu salah satunya indikator hubungan dengan konsumen. Sebagian besar responden menganggap bahwa Old Coffee mampu menciptakan hubungan yang baik dengan konsumen dan sesuai dengan harapan mereka. Namun terdapat 7 indikator yang termasuk ke dalam penilaian di bawah rata-rata, diantaranya indikator desain interior *cafe*, pencahayaan *cafe*, aroma ruangan *cafe*, tersedianya AC, perasaan nyaman, penilaian terhadap layanan tambahan, penilaian terhadap fasilitas yang disediakan, dan program *member*.
2. Loyalitas Konsumen pada Old Coffee Soreang Kabupaten Bandung termasuk ke dalam kategori kurang baik dengan total skor 1,196. Dalam 4 indikator, terdapat satu indikator yang mendapatkan persentase terendah dari konsumen, yaitu indikator tidak terpengaruh *cafe* lain. Hal ini dikarenakan pihak Old Coffee belum mampu memberikan penawaran yang menarik.

3. Berdasarkan keseluruhan hasil penelitian terdapat pengaruh atau hubungan antara *Experiential Marketing* terhadap Loyalitas Konsumen pada Old Coffee Soreang Kabupaten Bandung yang ditunjukkan oleh hasil analisis regresi linier sederhana. Hasil pengujian statistik menunjukkan bahwa *experiential marketing* memiliki determinasi yang cukup terhadap loyalitas konsumen, dengan pengaruh sebesar 30,1%, sedangkan sisanya sebesar 69,9% dipengaruhi oleh variabel atau faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan maka saran-saran yang dapat diajukan adalah sebagai berikut :

1. *Experiential Marketing* di Old Coffee sudah termasuk ke dalam kategori yang baik, namun sebaiknya lebih meningkatkan hal yang dinilai sudah baik dan memperbaiki hal yang dinilai kurang baik. Saran yang dapat diberikan yaitu sebaiknya Old Coffee memperbaiki hal-hal kecil seperti desain interior *cafe*, pencahayaan *cafe*, dan aroma ruangan *cafe*, sehingga konsumen dapat merasakan adanya kenyamanan ketika mereka berkunjung ke Old Coffee. Dan sebaiknya perbaiki dalam tata letak meja dan kursi, selanjutnya tidak memberikan izin kepada pengamen untuk masuk ke dalam *cafe*, dan dalam fasilitas yang diberikan di Old Coffee perlu ditingkatkan dengan adanya permainan ringan seperti uno, catur, ular tangga atau rak buku berisi novel-novel dan komik. Yang terakhir adalah lebih memberikan informasi

mengenai layanan tambahan yang ada di Old Coffee kepada konsumen yang datang.

2. Loyalitas Konsumen pada Old Coffee menunjukkan kategori yang kurang baik. Sebagian besar responden tidak berniat untuk merekomendasikan Old Coffee kepada teman atau keluarga mereka, tidak selalu mengatakan hal yang positif mengenai Old Coffee, frekuensi pembelian yang tidak sering dan tertariknya dengan penawaran menarik *cafe* lain. Saran untuk permasalahan ini adalah Old Coffee sebaiknya memenuhi kepuasan dan kenyamanan konsumen dalam hal kecil terlebih dahulu, sehingga mereka akan merasa puas dan mengatakan hal yang positif mengenai Old Coffee. Old Coffee mencoba melakukan hal baru seperti memberikan edukasi pada konsumen dan mengizinkan untuk membuat kopi sendiri, namun sebaiknya dilakukan dengan cara yang bervariasi untuk mengkomunikasikan hal tersebut kepada konsumen agar mengetahui adanya hal tersebut dan mereka tertarik untuk mencoba, seperti dilakukan setiap hari sabtu untuk diadakan acara pada *open bar* untuk setiap konsumen dan diinformasikan melalui sosial media. Dengan adanya penawaran unik yang diberikan di Old Coffee, konsumen akan mempertimbangkan untuk selalu melakukan pembelian ke Old Coffee Soreang Kabupaten Bandung dan tidak memilih *cafe* lain.
3. Perbaikan yang akan dilakukan direncanakan lebih baik lagi, mulai dari konsep yang konsisten, strategi untuk tetap mempertahankan konsumen dengan selalu memberikan sesuatu yang baru dan dapat mengolah pengalaman konsumen, sehingga dapat membentuk loyalitas konsumen pada Old Coffee. Memberikan penawaran yang menarik dapat

mempengaruhi dorongan konsumen untuk mengunjungi kembali Old Coffee, merekomendasikan dan menjadikan mereka loyal, setidaknya memiliki frekuensi kunjungan dan pembelian yang konsisten.